FAIR

DIALOG

DIREKT

ERFAHRUNGS- & WIRKUNGSBERICHT 2011-2013

- EIN ZWISCHENSTAND -

(ONLINE-) DIALOG ZWISCHEN WIRTSCHAFT & GESELLSCHAFT

ÖFFENTLICH

MANAGER FRAGEN ORG

DANK AN DAS VOLUNTEER-TEAM

Isabell Bovenkamp, Christoph Boeckhaus, Till Büttner, Oliver Buß, Wolfram Buß, Clemens Brandstetter, John Cragg, Niels Denefleh, Jakob Dohse, Julia Ebert, Tobias Ernst, Mira Falkenberg, Frauke Fischer, Ramin Fleckner, Alexander Fromm, Petra Gacheru, Michael Garkisch, Jülie Girisken, Stephan Grabmeier, Carola Grimminger, Christopher Grob, Wolfgang Gründinger, Stephan Hans, Nicola Hengst-Gohlke, Robin Heintze, Hanna Hemken to Krax, Florian Junge, Arne Klempert, Christian Kolb, Ralf Kopp, Alexander Kraemer, Caro Kraemer, Caroline Krohn, Sandrin Lange, John Lammers, Vincent Paul Menken, Henrik Matthies, Daniel Naumann, Dominik Neumann, Simon Oligschläger, Wiebke Rasmussen, Niklas Richter, Daria Reinbold, Jan Rößler, Leon Rosenberg, Dirk Sander, Fabian Schmidt-Große, Peter Schreck, Marvin Schulze-Quester, Sebastian Schumacher, Arne Siegner, Thomas Sindemann, Walter Sinowski, Sabine Soeder, Jürgen Sorg, Enri Chantal Strobel, Adrian Stromberg, Jürgen Theisen, Christian Vorländer, Frank Wichert, Lena Willems, Walter Zornek u.v.a.m.

MANAGER FRAGEN ORG

VERZEICHNIS

VORWORT
04

VISION UND MISSION
07 Vision
08 Mission

PROBLEM UND LÖSUNGSANSATZ
10 Herausforderungen
12 Zielgruppengerechte Lösungsansätze
15 Wirkungs- und Wachstumspotentiale
18 Verhaltenskodex und Qualitätssicherung
22 MF‘O Online – Produkte & Services

WIRKUNG
24 Erste Erfahrungen
25 Kompetenzbildung im Gesellschaftsdialog 2.0
27 Erfahrungen im Management-Team
29 Erfahrungen mit Bürger_innen
32 Erfahrungen mit Manager_innen
34 MF’O Dialogkultur im Spiegel der öffentlichen Rezeption

ORGANISATION
44 Struktur
46 Kultur

TEAM
49 Gründer
49 Management-Team

PARTNER UND FÖRDERMITGLIEDER
52 Partner
54 Fürsprecher und Unterstützer

VISION UND MISSION
PROBLEM UND LÖSUNGSANSATZ
WIRKUNG
ORGANISATION
TEAM
PARTNER UND FÖRDERMITGLIEDER

VORWORT

Bei Managerfragen.org handelt es sich um eine unabhängige, gemeinwohlorientierte und sozialunternehmerisch getriebene Frage- und Antwortplattform im Bereich der onlinebasierten Direktkommunikation. Die Plattform wird von der Social Business Combinator UG entwickelt und der Betrieb vom gemeinnützigen Verein Managerfragen.org e.V. und der Managerfragen.org solutions GmbH (i.Gr.) koordiniert.

Clemens Brandstetter, Stv. Vorsitzender MF'O

Die Idee zu Managerfragen.org entstand im Oktober 2010 geprägt auch durch die Folgen der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise verbunden mit dem zunehmenden Vertrauensverlust von Bürger_innen in die Wirtschaft und ihre Manager_innen und der dadurch enstandenen Spaltung und Sprachlosigkeit zwischen Wirtschaft und Gesellschaft.

Nach einer Vielzahl von Expert_innengesprächen mit Vertretern_innen aus Wirtschaft, Politik, Medien und Gesellschaft sowie rund einem Jahr der Detailkonzeption für die Ausgestaltung des Online-Portals und geeigneter Dialog- und Diskursformate für einen Gesellschaftsdialog 2.0 und für den Auf- und Ausbau der entsprechenden Kompetenzen, erfolgte die Vereinsgründung im Oktober 2011.

Im nächsten Schritt erfolgte für die weitere Umsetzung die Suche nach einem strategischen Partner für die Realisierung des Online-Portals www.managerfragen.org.
Mit anotheria.net, dem Technologie-Unternehmen, das die Online-Dating-Plattform-Parship realisiert hat, wurde ein Partner gewonnen, mit dem wir in die Lage versetzt wurden, von Beginn an ein High-end System für die Nutzung anbieten zu können. Ein weiteres Plus war die Möglichkeit, die Erfahrungen aus dem Dating-Prozess für den Dialog zwischen Bürger_innen und Manager_innen zu adaptieren.

Die sechsmonatige Pilotphase von Managerfragen.org startete im November 2012. Das Ziel der Initiative, die Bildung von individuellen Diskurskompetenzen mithilfe digitaler und analoger Dialog- und Begegnungsformate, konnte in dieser Zeit bei Führungskräften und Führungskräftevereinigungen aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Medien und Zivilgesellschaft positioniert und verankert werden.
Seit der Pilotphase engagieren sich Persönlichkeiten wie Franz Fehrenbach (BOSCH), Jens Schulte Bockum (VODAFONE), Antje von Dewitz (VAUDE) und über 100 weitere Top- und Linienmanager_innen und äußern sich wiederholt bei Managerfragen.org zu Sach- und Wertefragen rund um die Soziale Marktwirtschaft.
Bürger_innen erhalten durch Managerfragen.org einen direkten und öffentlichen Zugang zu Entscheidungsträger_innen der Wirtschaft und entwickeln ihre Fähigkeiten, Fragen fair und zieldienlich zu formulieren sowie Antworten kritisch zu bewerten.

Mit den beiden Pilotprojekten (Managerfragen.org als Internet-Plattform und dem DIALOG SUMMIT als Veranstaltungsformat zur Meta-Reflexion) wurden interaktive und multisektorale Kommunikationsplattformen geschaffen, die im Online-Bereich wöchentlich bis zu 125.000 Menschen erreichen und sich durch persönliche Dialogformate und Begegnungen gegenseitig verstärken. Dies ist zugleich die Grundlage für weitere zu entwickelnde Dialog- und Beteiligungsformate rund um das Thema Soziale Marktwirtschaft wie die im August gestartete MF'O-Debatte,

Vincent P. Menken, Vorstandsvorsitzender MF'O

in der sich Top-Manager_innen vor einem regionalen Publikum den Fragen eines Moderators stellen. Eine wichtige Zielgruppe für unsere Innovationen im Bereich digitale Medienerziehung ist der Führungskräftenachwuchs aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Medien und Zivilgesellschaft.

Koordiniert wird das Pilotprojekt vom gemeinnützigen Managerfragen.org e.V., in dem sich über 60 Fach- und Führungskräfte ehrenamtlich engagieren. Die Initiative wird unterstützt von weiteren ca. 450 Führungskräften.

Hamburg, Oktober 2013

LESEHINWEIS

Die Förderung von Geschlechtergerechtigkeit ist ein vielschichtiger Prozess, dessen Komplexität sich auch auf der sprachlichen Ebene darstellt. Managerfragen.org verwendet in diesem Text sowohl Passivformen, z. B. „Studierende" als auch den Unterstrich, z. B. „Manager_in/Bürger_in".

VISION UND MISSION
PROBLEM UND LÖSUNGSANSATZ
WIRKUNG
ORGANISATION
TEAM
PARTNER UND FÖRDERMITGLIEDER

VISION UND MISSION

VISION

Die Vision von Managerfragen.org e.V. ist eine bürgernahe und interaktive Soziale Marktwirtschaft 2.0, in der der Dialog zwischen Bürger_innen und Manager_innen über aktuelle Herausforderungen unserer Gesellschaft fair, öffentlich und direkt geführt wird. Wir orientieren uns dabei an dem Ideal eines zuhörenden und informierten, frei denkenden und handelnden Menschen, der sich und sein Umfeld verantwortungsvoll und im Einklang mit gemeinsamen Werten behutsam und entschlossen auf die Zukunft vorbereitet. Die Gemeinschaft informierter und freier Menschen bildet das zentrale Rückgrat unserer demokratischen Gesellschaft, die in Freiheit zusammenlebt und gesellschaftliche Veränderungsprozesse gemeinschaftlich und im Dialog entwickelt und durchlebt. Getragen von einer breiten Allianz aus Fach- und Führungskräften bildet Managerfragen.org e.V. den Startpunkt für gemeinsamen gesellschaftlichen Diskurs und die zentrale Anlaufstelle für alle Menschen, die relevante Antworten auf ihre Sach- und Wertefragen suchen.

„Sehr geehrter Herr Mehdorn, welche Kultur in Unternehmen fördert die Entstehung von Innovationen?"

Michael Garkisch, Bürger

VISION UND MISSION
PROBLEM UND LÖSUNGSANSATZ
WIRKUNG
ORGANISATION
TEAM
PARTNER UND FÖRDERMITGLIEDER

VISION UND MISSION

MISSION

Managerfragen.org e.V. verfolgt die Mission, die individuellen Diskurskompetenzen von Bürger_innen und Manager_innen im direkten und öffentlichen Dialog zu Themen der Sozialen Marktwirtschaft zu stärken. Hierfür entwickelt der Verein innovative digitale und analoge Dialogformate, aktivierende Programme zur Beteiligung und fördert den Aufbau von Wissensmanagement-Strukturen. Managerfragen.org befähigt die Nutzer_innen seiner Bildungsangebote, zu selbstbestimmten und informierten Entscheidungen über politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche und kulturelle Fragen der Sozialen Marktwirtschaft zu gelangen. Wirtschaftliche und öffentlich-gemeinnützige Institutionen und Organisationen lernen mihilfe von Managerfragen.org, einen gemeinwohlorientierten Stakeholder-Dialog im Web 2.0 zu führen.

DER VEREINSZWECK WIRD VERWIRKLICHT DURCH

- Systematische Analyse von aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen und Veränderungsprozessen, damit verbundener Dialog- und Informationsbedarfe sowie die Überprüfung von deren Relevanz für die Allgemeinheit, zum Beispiel durch den Aufbau einer eigenen Redaktion aus anerkannten Fach- und Themenexpert_innen.
- Entwicklung dialogorientierter Informations- und Bildungsinhalte mithilfe neuer Medien- und Kommunikationstechniken, insbesondere dem Web 2.0.
- Entwicklung von gemeinsamen Standards für dialogische Bildung und Kommunikation im Web 2.0, bei der unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen und ihre Perspektiven zusammengeführt werden.
- Entwicklung und Betrieb eines unabhängigen Web 2.0-Portals zur Systematisierung und Nutzbarmachung von nutzergenerierten Bildungsinhalten mit gesellschaftspolitischer Relevanz sowie Zurverfügungstellung interaktiver Analysemöglichkeiten, um ein geteiltes und differenziertes Verständnis von Wirkungs- und Ursachenzusammenhängen dieser Themen zu befördern.
- Medienübergreifende Verbreitung von Bildungsinhalten, zum Beispiel durch die Veranstaltung eines jährlichen Symposiums, die Durchführung von Präsenz- und Online-Veranstaltungen, Publikationen sowie die Zusammenarbeit mit Unternehmen, politischen Bildungsträgern, Stiftungen, Universitäten, NGOs und interessierten Dritten.
- Vernetzung aller Stakeholder rund um das Thema „Gesellschaftsdialog 2.0 und soziale Marktwirtschaft in der digitalen Welt von morgen“.

VISION UND MISSION
PROBLEM UND LÖSUNGSANSATZ
WIRKUNG
ORGANISATION
TEAM
PARTNER UND FÖRDERMITGLIEDER

PROBLEM & LÖSUNGSANSATZ

HERAUSFORDERUNGEN

VERLUST VON VERTRAUEN IN DIE FÜHRUNGSKRÄFTE

Das Vertrauen der Bürger_innen in die Soziale Marktwirtschaft und ihren Führungskräften und das Vertrauen dieser in die Kompetenz und den Goodwill der Bürger_innen bei Einbeziehung in unternehmerische Entscheidungsprozesse sind Voraussetzungen für den Grundkonsens in einer pluralistischen Gesellschaft. Erst auf Basis eines breiten Grundkonsenses führt ein Gesellschaftsdialog zu mehr gegenseitigem Verständnis. In den vergangenen Jahren haben jedoch Führungskräfte und Manager_innen einen dramatischen Ansehens- und Vertrauensverlust in der Öffentlichkeit erlitten. Laut Edelmann Trust Barometer 2013 glauben nur noch 13% der Befragten, dass Manager_innen die Wahrheit sagen. Ein Grundkonsens existiert gegenwärtig nur für eine Minderheit.

FEHLENDE „ORTE UND MÖGLICHKEITEN“ FÜR VERTRAUENSBILDENDE GESELLSCHAFTSDIALOGE

Bürger_innen nutzen die Medien und verstärkt das Web 2.0 um sich zu informieren und über Manager_innen zu diskutieren. Dabei werden Führungskräfte oft an den Pranger gestellt, haben aber selten Möglichkeit, ihre Entscheidungen direkt und öffentlich zu begründen. Kurzum: Es fehlen Orte, an denen Gruppen gleichberechtigt und regelgeleitet in einen direkten Dialog treten können. Damit ein Gesellschaftsdialog in Gang kommt und die gesellschaftsgestaltenden Potentiale von Informationsmärkten ausgeschöpft werden, braucht es einen breiten von allen Interessensgruppen getragenen Grundkonsens und dieser lässt sich nur unter regulierten und fairen Bedingungen herstellen.

TECHNISCHE MÖGLICHKEITEN UND INDIVIDUELLE FÄHIGKEITEN IM UMGANG MIT MODERNER KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIE KLAFFEN AUSEINANDER

Die virtuelle Kommunikation erhöht die Komplexität und Geschwindigkeit des Informationsaustauschs. Dabei entsteht Vertrauen auch im Web 2.0 nur in lebendigen und authentischen Wechselbeziehungen oder Rückkopplungen. Hier fehlt es an ausgebildeten Online-Kompetenzen. Wo sich individuelle Kommunikationsfähigkeiten noch vornehmlich in analogen Strukturen ausgebildet haben (Stichwort: Demografischer Wandel), kommt es zur ungleichen Chancenverteilung in der Online-Kommunikation. Grundkonsens erfordert jedoch gleiche Chancen am Dialog teilzunehmen.

Carola Grimminger, Leiterin Plattform-Entwicklung & Kommunikation

> Sehr geehrter Herr Reithofer, wie steht BMW zum Klimaschutz?
>
> Dorothee Landgrebe, Bürgerin

ZIELGRUPPENGERECHTE LÖSUNGSANSÄTZE

Der von engagierten Bürger_innen und Führungskräften gegründete gemeinnützige Verein Managerfragen.org e.V. entwickelt Lösungen zur Stärkung individueller Diskurskompetenzen von Manager_innen und Bürger_innen und gestaltet Dialogformate für den Austausch auf dem Online-Portal oder in Form von Präsenzveranstaltungen. Dabei verfolgt der Verein zielgruppengerechte Ansätze: für das Team bzw. die Vereinsmitglieder_innen von Managerfragen.org, die Bürger_innen, Manager_innen und die interessierte Öffentlichkeit.

Die TEAMMITGLIEDER_INNEN von Managerfragen.org e.V. kommunizieren über Social Media Portale und eine onlinegestützte Projektmanagement-Anwendung. Sie üben sich in der virtuellen Zusammenarbeit und erleben die technischen Möglichkeiten und Grenzen der virtuellen Kommunikation als integrativen Bestandteil ihres ehrenamtlichen Arbeitsalltages. Der war in der Pilotphase inhaltlich ausgefüllt mit Fragestellungen zur Verbesserung des digitalen Kommunikationsdesigns für die Online-Plattform sowie den Vorbereitungen und der Durchführung des DIALOG SUMMIT, dem bundesweiten Jahreskongress für Dialogexpert_innen und –partner_innen.

BÜRGER_INNEN haben ihrerseits Gelegenheit, online wie offline ihre Diskurskompetenzen weiterzuentwickeln. Zum einen auf der Online-Plattform u.a. durch Interviews mit Top-Manager_innen, wobei sie von der Redaktion von Managerfragen.org e.V. begleitet werden. Zum anderen offline u.a. im Rahmen des DIALOG SUMMIT, wo sich engagierte Bürger_innen über die Möglichkeiten und Grenzen des Online-Dialogs informieren und in eigenen Workshops ihre Fragestellungen adressieren können.

MANAGER_INNEN stehen gleichermaßen ausgewählte dialogische Bildungsangeboten zur Verfügung. Neben dem Online-Dialogportal als Frage- und Antwort-Prozess oder beim Bürger_innen-Interview sind dies im Online-Bereich der MF'O-Themen-Pavillion, der MF'O-Firmenpavillion und die MF'O Dialogbox. Bei den persönlichen (offline) Diskursformaten sind dies die MF'O-Debatte, das MF'O-Forum und der DIALOG SUMMIT, wo sie direkt und persönlich auf Bürgerinnen-Fragen antworten können.

Während beim Themen-Pavillon ein gesellschaftliches Thema im Mittelpunkt des Diskurses steht, stellt sich beim Firmen-Pavillon ein ganzes Management-Team Bürger_innenfragen. Bei der MF'O Dialog-Box findet der Diskurs nicht auf dem Portal, sondern direkt auf der eigenen Webseite des Unternehmens statt, das über Online-Schnittstellen zugänglich gemacht wird. In anderen Worten ist die Dialog-Box ein grafisches Fenster („Widget") mit dem die Dialogfunktionalität des Online-Portals für eigene Dialog-Anwendungen genutzt werden kann.

Im Bereich Öffentlichkeit werden Sonderformate beispielsweise im Rahmen von Medienpartnerschaften erprobt oder indem Kommunikationslösungen aus dem Unternehmensumfeld für gemeinnützige Organisationen und Träger_innen übertragen werden, so zum Beispiel der Themen-Pavillon oder die MF'O Dialogbox. Wissenschaftliche Einrichtungen, die den Diskurs mit der Gesellschaft suchen, finden bei Managerfragen.org die Infrastruktur zur Einbeziehung bestimmter Zielgruppen oder einer breiteren Öffentlichkeit über das Webportal. Beispiele sind die Onlineunterstützung der von Prof. Gesine Schwan entwickelten Trialogreihe der Humboldt-Viadrina School of Governance in Berlin auf Basis eines Themen-Pavillons zum Thema Energiewende oder auch die Nutzung der Dialog-Box durch die Konrad-Adenauer-Stiftung.

Gemeinsame Standards für die dialogische Bildung und Kommunikation werden durch ein geschultes ehrenamtliches Redaktionsteam und ein online-gestütztes Eskalationsmanagement gesichert (u.a. eigene Themenredaktion, Votingprozesse bei „Fragenflut" und eine in der Schweiz entwickelte Skala zur Vermeidung von Issue Storms). Schließlich wird die medienübergreifende Verbreitung von Bildungsinhalten gefördert – neben dem DIALOG SUMMIT, der Durchführung von regionalen Präsenz- und

Diskursveranstaltungen, über Online-Buzz via Facebook und Google-Ads und klassischen Publikationen und Pressearbeit bis hin zur Zusammenarbeit mit Unternehmen, politischen

Oliver Buß, Leiter Online-Produkte & -Services

Bildungsträgern, Stiftungen, Universitäten, NGOs und interessierten Dritten. So bietet Managerfragen.org nicht nur Bürger_innen einen neuartigen Zugang zu Manager_innen und Unternehmen, sondern auch Firmen und ihren Führungskräften die Nutzung einer modernen Infrastruktur zur Kommunikation mit ihren Stakeholdern. Das Angebot von Managerfragen.org umfasst so eine breite Palette von neuartigen und attraktiven Werkzeugen für einen fairen und direkten Dialog.

> Sehr geehrter Herr Zetsche, (...) wie geht Daimler mit Daten um, die während der Fahrt gesammelt werden (...)?
>
> Carmelo Russo, Bürger

WIRKUNGS- UND WACHSTUMSPOTENTIALE

Zentrale Wirkungspotentiale von Managerfragen.org e.V. liegen in der Bildung und Gestaltung individueller Kommunikationskompetenzen und demokratischer Dialogformate zur Bahnung einer innovationsoffenen Vertrauenskultur im Web 2.0. Dazu bedarf es mehr Zugangsmöglichkeiten zu glaubwürdigen digitalen Primärinformationen.
Um das Wirkungspotential voll ausschöpfen, ist eine Skalierung notwendig. Folgende Wachstums- und Entwicklungspotentiale wurden in der Pilotphase identifiziert: wirtschaftlich, persönlich, fachlich und methodisch.

WIRTSCHAFTLICHES WACHSTUM

Managerfragen.org e.V. ist ein gemeinnütziger Verein und finanziert sich aus Mitgliedsbeiträgen, Spenden, Eintrittsgeldern und Einnahmen aus Beratungs- und Dienstleistungen. Beispiele für letztere sind der MF'O Themenpavillion für Unternehmen und NGOs sowie die MF'O SpecialTalks für Organisationen, die Themen diskutieren möchten, die auch von regionalem Interesse sind.
Die wertvollste Ressource bilden die ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen. Bis zu 70 Ehrenamtler_innen haben seit Gründung Projekt- und Führungsaufgaben übernommen und ihre persönlichen Netzwerke zur kostenneutralen Erreichung der gemeinsamen Ziele eingebunden.

PERSÖNLICHE ENTWICKLUNG

Hauptzielgruppe für die persönliche Entwicklung der ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen sind die Projektleiter_innen und Führungskräfte.
Bis heute haben etwa 30 Personen diese Chance zur persönlichen Weiterbildung genutzt.
Für die operative Arbeit steht ihnen eine zeitgemäße Infrastruktur für das Remote-Management zur Verfügung. Dazu zählen neben einer interaktiven, online-gestützten Projektmanagementsoftware vor allem die mehr informellen Begegnungsräume

Florian Junge, Leiter Dialogformate

zum hierarchiefreien Austausch wie die MF'O Teamcafeteria und die MF'O Redaktionsplattform in Facebook sowie Telefon- und Videokonferenzen zur Verfügung. Regelmäßige persönliche Treffen und jährliche Teamevents bieten Raum für emotionale Bedürfnisse und ermöglichen Aufbau und Intensivierung von sozialen Bindungen, elementare Bedingungen für eine zukunftsfähige Community of Practice. Dies gelingt mittels eines modernen Führungsverständnisses des Managementteams, für die das Beziehungsmanagement (Human Relationship) vor der effizienten Ressourcenallokation (Human Resources) kommt. Gerade ehrenamtliche Teams in selbstorganisierten Communities bedürfen der fürsorglichen, wertschätzenden und achtsamen Führung. Für die Führungskräfte gilt das Human Care Prinzip. Sie tragen Sorge für eine angst- und stressfreie Arbeitsumwelt und pflegen die Beziehungen auch außerhalb der ergebnisorientierten Arbeitsprozesse.
Ständige Präsenz auf den einschlägigen Veranstaltungen in der Social Business & Media Community, auf Führungskräftetagungen und NRO-Treffen, erfordern selbstverantwortliche Einsätze in Eigenregie aus dem Managementteam. So wird ein Wirkungsgrad erreicht, der in die Breite geht und das Projekt bundesweit bekannt macht. Das sind willkommene Gelegenheiten zur Weiterentwicklung von Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten.

Der Austausch mit Medienpartner_innen und Unternehmen bieten teils ungewohnte Praxisfelder für die Entwicklung der persönlichen Kommunikations- und Durchsetzungsfähigkeit der ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen und Führungskräfte.

FACHLICHE UND METHODISCHE ENTWICKLUNG

Die tägliche Arbeit in einer virtuellen Projektumgebung ist ein idealer Übungsplatz für die Entwicklung von Kompetenzen im Remotemanagement – technisch wie fachlich. Die Mitarbeiter_innen haben in Zusammenarbeit mit internationalen Programmierern eine hochskalierte Internetplattform adaptiert. Hier sind Spezialist_innen am Werk, die die Pionierarbeit in einem Social Business Start Up als Herausforderung für ihr kreatives Entwicklungspotential schätzen.

Nach dem Jahreskongress DIALOG SUMMIT im April 2013 wurden die Entwicklungsarbeiten an analogen Dialogformaten (MF'O SpecialTalks) intensiviert. Ausschlaggebend war die Erkenntnis, dass die Kombination aus Präsenz- und Online-Formaten wertschöpfende Synergieeffekte hervorbringt. Offene Fragen aus dem einen Format werden in das jeweilige Pendant eingespielt und nachverfolgt. Dabei werden auch die unterschiedlichen Wirkungsgrade beobachtet, die diese Fragen im analogen und digitalen Kontext erzielen. Das Team Dialogformate analysiert die Ergebnisse, bereitet sie für die vereinsinterne Diskussion auf und verprobt Anpassungsvorschläge und Ideen für innovative Formate in der Praxis.
Anschließend identifiziert es das Potential für Skalierungen und zeichnet verantwortlich für die Umsetzung. So erwerben die Verantwortlichen umfassende Praxiskenntnisse und Methodenkompetenzen bei der Verprobung und Auswertung innovativer Dialogformate. Zudem schulen sie ihre Präsentationskills und Argumentationsführung im vereinsinternen Ergebnistransfer und in der kritischen Reflexion mit den Mitglieder_innen.

VERHALTENSKODEX UND QUALITÄTSSICHERUNG

Die MF'O Dialogkultur ist das Ergebnis eines fundierten Dialogprozesses. Er basiert im Wesentlichen auf Arbeiten von Peter Senge, Sokrates, Otto Scharmer, Gerald Hüther et al. und begründet im MF'O Slogan „fair-öffentlich-direkt" prägnant das Alleinstellungsmerkmal von Managerfragen.org:

FAIR

- Die Nutzer_innen sind für die Inhalte selbst verantwortlich
- Sie kommunizieren respektvoll miteinander
- Sie engagieren sich auf Basis eines echten Interesses und argumentieren konstruktiv
- Sie kommunizieren kooperativ
- Sie nehmen Rücksicht auf Gefühle und achten auf eine klare und freundliche Sprache

ÖFFENTLICH

- Jede Nutzer_in ist für den Schutz seiner Privatsphäre selbst verantwortlich
- Alle Beiträge sind öffentlich und bleiben im Online-Gedächtnis der Plattform archiviert
- Inhalte aus „SpecialTalk"-Formaten werden auf der Online-Dialogplattform veröffentlicht

DIREKT

- Bürger_innen nominieren Manager_innen direkt; diese werden im Portal gelistet, damit ihnen Fragen gestellt werden können
- Komplexe und kontroverse Fragestellungen, die auf der Plattform nicht befriedigend gelöst werden können, können vorgeschlagen werden für ein „SpecialTalk"-Format
- Die Dialogpartner_innen antworten zeitnah und tragen so zur Verbindlichkeit in der Kommunikation bei
- Die Fragenden kommunizieren mit ihrem vollen bürgerlichen Namen. Transparenz erhöht die Vertrauenswürdigkeit und damit die Qualität des Dialoges

QUALITÄTSSICHERUNG

Die Redaktion von Managerfragen.org behält sich bei wiederholtem Missbrauch vor, die verantwortliche Person und/oder Organisation von der Teilnahme am MF'O Onlinedialog auszuschließen und gegen solche Missbräuche auch rechtlich vorzugehen. Ebenso behält sich Managerfragen.org vor, Beiträge, die nicht im Sinne eines konstruktiven Dialoges verfasst wurden, von der Plattform zu löschen. Das sind insbesondere Beiträge:

- die Gewaltherrschaft, Rassismus, Sexismus sowie politische und religiöse Verfolgung vertreten oder deren Opfer missachten und verhöhnen
- mit Beleidigungen, Beschimpfungen und menschenverachtenden Formulierungen
- Fragen zum Privatleben, Fragen, die unter eine berufliche Schweigepflicht fallen, Beiträge, die keiner Frage oder Aufforderung zur Stellungnahme entsprechen, sondern nur bloße Meinungsäußerung sind
- Massenmails („Shit-Storm"), unangemessen viele Fragen pro Fragesteller_in oder Manager_in, mehrere Nachfragen (in der Regel mehr als eine)/ ggf. wird ein Abstimmungstool aktiviert, mit dem die Nutzer abstimmen, welche Frage weitergeleitet werden soll
- Fragen von direkten Mitarbeitenden von Manager_innen selbst gestellte Fragen von Manager_innen
- Fragen mit falschem Namen und/oder falscher Mailanschrift

Fabian Schmidt-Große, Leiter Redaktion

Befragte und Fragende erhalten alle Beiträge, auch wenn diese nicht freigeschaltet wurden. Anonyme Fragen werden nicht weitergeleitet. Verstöße gegen den Verhaltenskodex oder sonstige Missbräuche kamen während des Pilotzeitraumes nicht vor. Um die Lesbarkeit und Akzeptanz von Managerfragen.org zu gewährleisten, sollen Fragen eine Länge von 1.000 Zeichen nicht überschreiten.

Der Versuch der inhaltlichen Einflussnahme auf die Redaktion von Managerfragen.org wird, falls rechtlich vertretbar, öffentlich gemacht und führt unwiderruflich zum Ausschluss.

Personenbezogene Daten werden allein zur Rechtssicherheit gespeichert. Es werden keine personenscharfen Daten für Auswertungen oder sonstige Dienste nutzbar gemacht.

Fabian Schmidt-Große (li), Henrik Matthies (re)

„Sehr geehrter Herr Stefan Dräger (...) wie werden Sie sich in Ihrer täglichen Arbeit Ihrer Verantwortung bewusst? Gibt es ein Mindestmaß an regionaler Förderung zu dem Sie andere Manager auch aufrufen würden?“

Enri Chantal Strobel, Bürgerin der Woche

Michael Garkisch, Leiter Manager_innen-Mobilisierung

VISION UND MISSION
PROBLEM UND LÖSUNGSANSATZ
WIRKUNG
ORGANISATION
TEAM
PARTNER UND FÖRDERMITGLIEDER

MF'O ONLINE – PRODUKTE & SERVICES

MF'O WIDGETS

MF'O INTERVIEWS

MF'O THEMEN-PAVILLIONS

MF'O ONLINE-DIALOGE

VISION UND MISSION
PROBLEM UND LÖSUNGSANSATZ
WIRKUNG
ORGANISATION
TEAM
PARTNER UND FÖRDERMITGLIEDER

WIRKUNG

ERSTE ERFAHRUNGEN

Im Rahmen der Pilotphase von Managerfragen.org e.V. avancierte Manangerfragen.org bis heute nicht nur zum größten Engagementprojekt deutscher Führungskräfte im Internet, sondern es werden auch mit den Bildungsaktivitäten des Vereins wöchentlich zum Teil mehr als 125.000 Nutzer - digital wie analog - erreicht.
Viele junge gut ausgebildete Menschen sind neugierig auf die Antworten derer, die mit ihren Entscheidungen die zurückliegende und gegenwärtige wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung mit zu verantworten haben.
Aber auch Manager_innen aus größeren mittelständischen Unternehmen und Konzernen beteiligen sich an dem beginnenden Gesellschaftsdialog und erweitern ihre Dialogkompetenzen.

Bürger_innen freunden sich nur langsam an mit der für sie ungewohnten Möglichkeit mit den Entscheidungsträger_innen der Wirtschaft direkt und öffentlich zu kommunizieren. Wo sie dies tun, erleben sie nicht selten Unerwartetes. Ein viel kritisierter Spitzenmanager stellt sich spontan und unvorbereitet der öffentlichen Frage eines Studenten zu seinen Anschauungen über Führung. Andere prominente Meinungsführer_innen im Gesellschaftsdialog, von denen man erwarten durfte, dass sie sich den Fragen von Bürger_innen stellen, blieben ihre Antwort schuldig.

Das ehrenamtliche MF'O-Team wuchs während der vergangenen zwei Jahre von 25 auf mehr als 60 aktive Mitglieder_innen. In virtuellen Teams lernen sie sich selbst zu organisieren und die erforderlichen kommunikativen Fähigkeiten autodidaktisch anzueignen. So leiten einige heute ihre eigenen Ehrenamt-Teams und andere haben sich zu Dialogexpert_innen weitergebildet und übernehmen redaktionelle Aufgaben zur Moderation des Online-Dialogs, organisieren Multistakeholder-Konferenzen für Präsenzveranstaltungen und leiten Workshops zu Themen der Sozialen Marktwirtschaft.

KOMPETENZBILDUNG IM GESELLSCHAFTSDIALOG 2.0

Ein zentrales Ziel von Managerfragen.org ist die Weiterentwicklung von individuellen Kommunikationsfähigkeiten zur gleichberechtigten Teilnahme am Gesellschaftsdialog 2.0, dessen Relevanz sich aus Fragen und Antworten rund um das Thema Soziale Marktwirtschaft nährt. Genaugenommen sind es zwei wechselseitig miteinander verzahnte Ziele, die beide der politischen Bildung der Zielgruppen dienen. Doch wie erreichen wir unsere Zielgruppen? Was motiviert Bürger_innen, was Manager_innen den Dialog zu suchen? Ist es der Grad der persönlichen Betroffenheit? Sind es situative Einflüsse wie die öffentliche Brisanz eines Themas? Oder entscheiden persönliche Erfahrungen und Fähigkeiten im Umgang mit den modernen Kommunikationsmedien, ob sich die Protagonist_innen tatsächlich auf einen Dialog einlassen.

„Lieber Herr Appel, was verstehen Sie unter Bildung und welche Bildung wünschen Sie sich von Ihren Konzernmitarbeitern in den nächsten zehn Jahren?“

Dr. Karl-Heinz Thunemann, Bürger

Managerfragen.org e.V. fragt danach, welche Kompetenzen die Beteiligten brauchen und welche Hürden sich ihnen in den Weg stellen. Ein Dialog beginnt mit einem Interesse oder auch nur mit der Neugier auf das, was durch eine Frage in Bewegung kommt. So haben wir in der Anfangsphase beobachtet, welche Interessen sich auf den unterschiedlichen Dialogportalen stark machen und woran sich die Neugier der Webseiten-Besucher_innen entzündet. Diese Erkenntnisse nutzen wir, um die thematischen Dialogformate bedarfsgerecht weiterzuentwickeln.

Nachfolgend werden die bisherigen Aktivitäten und Erfahrungen für alle vier Zielgruppen Managementteam, Büger_innen, Manager_innen und Öffentlichkeit ausgewertet. Dabei gehen wir der Frage nach, welche fachlichen, methodischen und technischen Lernfortschritte bisher erreicht wurden.

ERFAHRUNGEN IM MANAGEMENT-TEAM

Die über 60 ehrenamtlichen Teammitglieder_innen des Vereins rekrutieren sich aus den relevanten gesellschaftlichen Sektoren Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kunst und bilden einen repräsentativen Querschnitt unserer externen Zielgruppen.

Managerfragen.org weist viele Merkmale einer „community of practice“ (cop) auf. Dies sind Gruppen, „die ein Interesse oder eine Leidenschaft für etwas teilen, was sie tun, und die gemeinsam lernen, das besser zu tun“.[1] Die Mitglieder_innen der cops greifen auf ein Standardrepertoire von Ressourcen und Instrumenten zurück, mit denen sie arbeiten (Projektmanagement-Tools, Erfahrungen, Techniken, Infrastrukturen z.B. Facebook-Cafeteria). „Communities of Practice erzeugen bei ihren Mitglieder_innen das zutiefst positive Gefühl der Selbstwirksamkeit, ein Gefühl, dass sich immer dann einstellt, wenn man etwas bewegt hat“[2]. Wer etwas bewegen will, muss sich selbst bewegen. So stehen für Managerfragen.org e.V. auch zuerst die fachlichen, methodischen und technischen Lernfortschritte der aktiven Teammitglieder_innen im Vordergrund. Die fachliche Herausforderung zu Beginn bestand darin, die Kriterien für einen regelgeleiteten Online-Dialog zu entwickeln und an die verschiedenen Formate anzupassen oder auf unterschiedliche Formatgrößen zu skalieren. Erfahrungen auf diesem Gebiet waren nur ansatzweise vorhanden. Beispielsweise bringt der Teamleiter Dialogformate Erfahrungen auf dem Gebiet organisationaler Beteiligungsverfahren mit. Das Wissen über regelgeleitete Online-Kommunikation musste durch Analyse vorhandener Dialogformate nach und nach erarbeitet und in einer Vielzahl von Feedbackschleifen mit Expert_innen und Wissenschaftler_innen verifiziert werden, um es schließlich im Team und später mit externen Mitglieder_innen unserer Community zu verproben. Beispielsweise wurde zur Vorbereitung des ersten DIALOG SUMMIT im April 2013 eine Arbeitsgruppe aus Teammitglieder_innen und Mitglie-

[1] Wenger, Etienne (2006): Communities of practice; zit. nach Weltzer 2013: 186
[2] ebd.: 187f.

der_innen des Managementteams gebildet, unterstützt durch eine Art „Sounding Board“ mit externer Beteiligung, das einen repräsentativen Querschnitt der Zielgruppen oder Stakeholder bildete. Damit wurden die Regeln zur Durchführung des Fachkongresses zum Thema Online-Dialog gemeinsam mit den Adressat_innen entwickelt und erprobt. Für die Zusammenarbeit dieser internen und externen Gruppen wurden gleichermaßen analoge und digitale Kommunikationswege erschlossen. In mehr als einem Jahr der Vorbereitung auf den DIALOG SUMMIT konnten so viele Teammitglieder_innen sowie ein Teil der externen Community Erfahrungen auf dem Gebiet des regelgeleiteten Dialogs sammeln. Durch die hohe Durchlässigkeit der virtuellen Organisation von Managerfragen.org und den ständigen und gezielten Wechsel von Teammitglieder_innen und Aufgaben wurden die Ergebnisse auch in anderen Ressorts rezipiert.

Methodische Lernfortschritte innerhalb des Teams erzielte der Verein vor allem bei der Entwicklung von Diskurskompetenzen, der Gestaltung neuer Dialogformate, dem Aufbau von Netzwerken für seine Bildungsangebote und der Programmierung des Frage- und Antwortportals. Ein Beispiel für die erfolgreiche Arbeit an der Methodenkompetenz ist die Interviewreihe MF’O-Interview, die live über das Webportal zu verfolgen ist. Das Format ist entstanden als Lösung zur Überwindung möglicher Barrieren (s.o.), die Bürger_innen vermutlich zum Teil daran hindern als Fragesteller_innen im Online-Portal mitzuwirken. Eine Bürgerjournalist_in befragt eine engagierte Manager_in und diese/r antwortet. Die Bürger_in fragt nach usw.

Die in diesem Frage-Antwort-Prozess diskutierten Themenkomplexe bestimmt die Bürgerjournalist_in selbst. Weil Fragen und Antworten vor der Veröffentlichung nicht abgesprochen oder nachbearbeitet werden, gehört der Inhalt dem jeweiligen Autor. Der aber wird nicht allein gelassen, sondern erhält bei Bedarf anleitende Unterstützung durch ein MF’O Redaktionsteam, das sich auf methodische Aspekte des Frage- und Antwortportals spezialisiert hat. Die Redaktionsmitarbeiter_innen geben Hilfestellungen bei der Gestaltung und Formulierung von relevanten Fragen. Ziel ist es, die Fragen so zu stellen, dass sie den formalen Anforderungen an einen regelgeleiteten Dialog genügen und dennoch soviel Individualität und Authentizität zulassen, dass das persönliche Motiv der Fragesteller_in erkennbar bleibt – was für die Glaubwürdigkeit unerlässlich ist und die Antwortwahrscheinlichkeit erhöht. Die Teamitglieder_innen erweitern so ihre eigenen methodischen Kompetenzen und trainieren neben den öffentlichen Fragesteller_innen auch ihre Teamkolleg_innen.

ERFAHRUNGEN MIT BÜRGER_INNEN

Das Interesse an der Dialogplattform in der Zielgruppe Bürger_innen ist signifikant. In der Pilotphase engagierten sich Studierende als Fragesteller_innen. Auch danach beweist sich das Portal täglich als zentrale Anlaufstelle für Bürger_innen, die sich hier Primärinformationen für ihre politische Bildung beschaffen. Damit erfüllen wir unseren selbstgesetzten Bildungsauftrag zur fachlichen Weiterbildung rund um das Thema Soziale Marktwirtschaft. Auch in der methodischen Qualifizierung im Umgang

Alexander Kraemer, Leiter Bürger_innen-Mobilisierung

Fabian Schmidt-Große & Henrik Matthies bei der Diskussion aktueller Q&A-Dialoge

mit digitalen Dialogformaten wie der Online-Dialog oder die MF'O Interviews (s.o.) machen wir Fortschritte. Bürger_innen schlüpfen in die Rolle von Bürgerjournalist_innen und lernen, ihr Interesse auf eine Weise in Fragen zu kleiden, dass sie für alle Dialogrezipient_innen relevant erscheinen und damit auch das gesellschaftliche Interesse hoch halten.

Doch haben wir noch einige Meilen unserer Wegstrecke vor uns. Während Bürger_innen durchaus zahlreich unsere Online-Dialogplattform besuchen und damit ihr Interesse an wirtschaftlichen Themen und gesellschaftlichen Fragestellungen bekunden, bleibt ihr Besuch vielfach „folgenlos", sprich sie stellen weitaus weniger Fragen als es das Besucher_innenaufkommen erwarten ließe. Das hat sicherlich mit den hohen Qualitätsanforderungen (u.a. Klarnamen-Anmeldung) an einen fairen, öffentlichen und direkten Dialog zu tun, was etwas Aufwand bei der Registrierung macht und eine vergleichsweise hohe Partizipationsschwelle bedeutet.

Wir schließen aus der offensichtlichen Zurückhaltung aber auch eine gewisse Scheu, öffentlich und direkt Fragen zu stellen. Die aktiven Vereinsmitglieder_innen von Managerfragen.org e.V. sichten und bewerten die Ergebnisse laufend. Eine Hypothese, die uns in diesem Zusammenhang plausibel erscheint, unterstellt, dass die Managemententscheidungen zwar

weitreichende Auswirkungen zeitigen, diese jedoch nicht als Risiko und somit als relevant für die private Lebenswirklichkeit wahrgenommen werden. Das liegt einerseits an dem historisch gewachsenen Auseinanderdriften von der systemischen Eigenlogik des Marktes und der privaten Lebenswelt. Andererseits können die weit in die Zukunft reichenden Folgen unternehmerischen Handelns, bedingt durch die Komplexität unserer globalisierten Wirtschaft, oft nicht auf einzelne Managemententscheidungen zurück geführt werden [3]. Damit fehlt am Ende eine Beobachter_in, die einen Zusammenhang zwischen wirtschaftlichem Handeln und deren umwelt- und zukunftsverändernden Auswirkungen herstellt. Erst wenn wir unsere Aufmerksamkeit auf diesen Zusammenhang richten, sind wir überhaupt in der Lage, ihn als bedeutsam und riskant für die Gesellschaft bewerten zu können. Managerfragen.org e.V. möchte mitwirken, die Aufmerksamkeit auf die lebensweltlich relevanten Auswirkungen von unternehmerischen Entscheidungen zu richten und versteht sich in dieser Hinsicht als Forum für den Austausch von gegenseitigen Beobachtungen. So lernen wir dialogisch die teils verborgenen rekursiven Zusammenhänge zwischen wirtschaftlichem Handeln und gesellschaftlichen Folgen besser zu verstehen, stiften gegenseitiges Vertrauen und neuartige Teilmengen zwischen Arbeits- und Lebenswelt. Bildlich gesprochen ist Managerfragen.org e.V. eine immaterielle Stiftung der Bürger_innengesellschaft, unsere Währungen heißen Engagement und Kompetenz, unser Renditeversprechen ist das Vertrauen.

> „Lieber Herr Magerfleisch, wäre es nicht im Rückblick besser für die Solar-Branche und die Akzeptanz der Energiewende gewesen, früher größere Kürzungen der Solar-Tarife in Kauf zu nehmen und nicht durch massive Lobbykampagnen zu verhindern?
>
> Wolfgang Gründinger, Bürger

[3] Niklas Luhmann, Soziologie des Risikos. Berlin 2003

ERFAHRUNGEN MIT MANAGER_INNEN

Managerfragen.org e.V. ist eine Führungskräfteinitiative, entstanden aus der Mitte unserer Gesellschaft, die den Diskurs um ihre notwendige Transformation mitgestalten möchte. In Anlehnung an das St. Gallener Konzept eines ganzheitlichen, der gesellschaftlichen Wertschöpfung verpflichteten Integritätsmanagements, sind wir überzeugt, dass unternehmerische Freiheit nur durch verantwortliches Handeln zu rechtfertigen ist [4]. Wir halten es für zieldienlich, wenn sich wirtschaftfliche Entscheidungsträger_innen freiwillig zum Dialog mit ihrem Umfeld verpflichten und fördern dazu individuelle Dialogkompetenzen und innovative Dialogformate.

Im Vordergrund steht die Entwicklung von Methodenkompetenzen im Umgang mit direkten Kanälen auf den Online-Dialogportalen. Hier konnten wir durch vertrauensbildende Vorgespräche mit den verantwortlichen Ressortleiter_innen, Geschäftsführer_innen oder Vorständen, die eingesetzten Technologien nahebringen und vorhandene Unsicherheiten abbauen. Dazu gehört, dass die Führungskräfte lernen, Feedbacks als nachdenkenswerte und im besten Fall innovierende Impulse anzunehmen. Der wertschätzende Umgang miteinander wird so zum Saatgut der gesellschaftlichen Wertschöpfung. Mehr und mehr beobachten wir Manager_innen und Unternehmer_innen, die mit eigenen Anliegen auf die Bürger_innen zu zugehen.

Ein hohes fachliches Interesse am Gesellschaftdialog erreichen wir durch die Bereitstellung aktueller Themenpavillions sowie durch diverse Livedialog-Veranstaltungen mit wissenschaftlichen und politischen Impulsreferaten und Diskussionen in Plenums- und Arbeitsgruppen. Dennoch erleben wir vereinzelt noch eine ähnliche Zurückhaltung wie bei den Bürger_innen. Wir nehmen an, dass gewisse Vorbehalte in klassischen und tradierten Rollenmustern begründet sind. CEOs und Vorstände werden „geschützt“ – von außen eher „abgeschottet“ oder nur in einem kontrollierbaren Umfeld mit vorgefertigten Botschaften in die Öffentlichkeit „entlassen“.

Andere wiederrum schauen und warten ab, wie sich ihre Vorgesetzten verhalten. „Ich würde mich ja gerne engagieren und finde das eine tolle und wichtige Sache, möchte dies jedoch nicht alleine ohne meinen Vorstand tun.“ So stellvertretend für viele, die Begründung eines Linienmanagers. Noch scheinen Freiheiten im Umgang mit Medien nicht soweit entwickelt, wie es nötig wäre, um sich auf dem Online-Parkett ebenso sicher zu bewegen wie auf Meetings und Workshops.

Weitere Gründe für die Zurückhaltung sind unseren Überlegungen zurfolge in den unterschiedlichen Unternehmensfunktionen zu suchen. Während die Unternehmenskommunikation tendenziell kritisch eingestellt ist – eben aufgrund des befürchteten Kontrollverlustes in der Kommunikation – sind Vorstände, Geschäftsführer aber auch Führungskräfte aus den Bereichen Marketing, Personal oder auch CSR erkennbar aufgeschlossener. Wie sich das operative Management neben den Querschnitts- und Supportbereichen in den nächsten Monaten positionieren wird, bleibt abzuwarten. Dabei wird entscheidend sein, ob es gelingt, die Vorteile der Stakeholderkommunikation im Unternehmensalltag sichtbar zu machen.

v.l.n.r.: Dr. Tobias Ernst, Thomas Sindemann, Vincent P. Menken, Jürgen Theissen

[4] Gomez, Meynhardt: Public Value: Gesellschaftliche Wertschöpfung im Fokus der Führung. In: Führung neu denken - im Spannungsfeld zwischen Erfolg, Moral und Komplexität. Zürich: Orell Füssli Verlag AG, 2009 186

MF'O DIALOGKULTUR IM SPIEGEL DER ÖFFENTLICHEN REZEPTION

Durch crossmediale Kampagenenarbeit erreicht Managerfragen.org heute teilweise mehr als 125.000 Menschen wöchentlich. Renommierte überregionale Zeitschriften und Fachmagazine wie Spiegel-Online, Enorm, OrganisationsEntwicklung berichten über unser Dialogprojekt, wie auch diverse Online-Magazine und Plattformen, z.B. ChangeX, Human Resource Manager, executives.net. Meinungsführer im politischen Diskurs der Republik wie die Konrad-Adenauer-Stiftung nutzen für ihre Online-Dialoge das MF'O-Widget. Die Humboldt-Viadrina School of Governance ergänzt ihre Trialogreihe mit einem MF'O Themenpavillion zur Energiewende. Ein Newsletter informiert Vereinsmitglieder_innen und die Öffentlichkeit regelmäßig über aktuelle Aktivitäten mit einer Reichweite von rd. 1.000 Vertretern und Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Medien und Gesellschaft.

Die Kultur des Dialogs in Form einer regelbasierten Kommunikation hat sich während des Piloten bewährt, auch und gerade weil die Qualitätsanforderungen eine anfängliche Hürde darstellen. Der in der MF'O Werte-Trias „fair-öffentlich-direkt" beanspruchte wertschätzende Umgang in der Kommunikation konnte damit eingelöst werden. Aber auch auf die Relevanz der Anliegen erheben die Anfangshürden durchaus beabsichtigte Ansprüche. Die Redaktion musste nur selten eingreifen und ihr Ausschlussrecht nur einmal wahrnehmen.

Das Onlinedialogportal wird mit Blick auf die „Kultur des Dialoges" aber auch kritisch bewertet. Manchen sind die Antworten der Führungskräfte suspekt und werden als PR von Unternehmen abgetan. Handelt es sich um authentische Antworten oder doch nur um eine Variante des „greentalks"? Glaubwürdigkeit stellt sich nicht zwangsläufig mit einer offenen Kommunikation (Transparenz) ein. Sie ist vielmehr eine Variable der sozialen Realitätskonstruktion und eher dort zu erwarten, wo Dialogpartner spontan, wechselseitig und emotional interagieren können. Bezogen auf Authentizität und Glaubwürdigkeit wirken die objektivierende (Schein-) Rationalität des linearen und in überkommenden hierrarchischen Bahnen gelenkten Frage-Antwort-Portals (Bürger_innen fragen, Manager_innen antworten) und die regulierdenden Kommunikationsstandards vermutlich kontraindiziert. Technologische Lösungen, die Linearität und Hierarchie des Frage-Antwort-Portals durchbrechen, werden zurzeit diskutiert und ausprobiert.

Ein andere Antwort auf die Glaubwürdigkeitsfalle in der Unternehmenskommunikation gibt eine Gemeinschaftsstudie des F.A.Z. Instituts, der Universität Leipzig und der Humboldt Universität Berlin. Sie legt nahe, dass Vorstände und Geschäftsführer_innen deutscher Großunternehmen die Funktion von Kommunikation überwiegend in der Informationsvermittlung und nicht in der sozialen Realitätskonstruktion sehen. Eine folgenschwere Fehleinschätzung wie die Ergebnisse der Studie nahelegen. So bewerten deutsche Top-Manager_innen ihre persönliche Kommunikationsleistung für den Unternehmenserfolg positiv, nutzen aber nur selten soziale Medien für ihre strategische Kommunikation. Infolgedessen misst nur jede(r) vierte Top-Manager_innen dem Gesellschaftsdialog eine große Bedeutung für die Unternehmenskommunikation bei. [5]

Die Ergebnisse der Studie und unsere Beobachtungen lassen den Schluss zu, dass das Bewusstsein der Wirtschaftselite für die Bedeutung von sozialen Medien noch in den Anfängen steckt und sie auch wenig Übung haben im Umgang mit ihnen. So stufen zwar die meisten Führungskräfte Coaching und Training von Geschäftsleitung und Mitarbeitenden bezüglich der Spielregeln öffentlicher Meinungsbildung, der kommunikativen Positionierung,

[5] Unternehmenskommunikation aus der Perspektive des Top-Managements: eine empirische Studie bei Vorständen und Geschäftsführern in deutschen Großunternehmen. Leipzig, Juni 2013

des Umgangs mit Medien und Bezugsgruppen als wichtig ein, bewerten diese aber eher als nachrangige Erfolgsfaktoren für eine gelingende Unternehmenskommunikation.
Und das obwohl sie gegenwärtig davon ausgehen, dass durch die Entwicklung neuer Medien der Druck auf die Unternehmenskommunikation bis 2015 deutlich zunehmen wird.

Durch wiederholte Mobilisierungskampagnen für neue Dialogformate und –veranstaltungen lenkt Managerfragen.org e.V. die Aufmerksamkeit gezielt auf die wenig genutzten Potentiale einer an die Interessen der Gesellschaft ausgerichteten Unternehmenskommunikation (Stakeholderdialog). Coaching erhalten die Dialogpartner_innen durch redaktionelle Begleitung auf der Frage-Antwort-Plattform und intensiver in den MF'O Interviews. Die MF'O-Debatte ist ein Sparringscamp, wo Top-Entscheider_innen sich unter Anteilnahme einer kritischen Zivilgesellschaft einem Stresstest zum Gesellschaftsdialog stellen und dabei lernen, ihre Positionen anschlussfähig darzulegen. Der DIALOG SUMMIT ist eine öffentliche Supervisionsveranstaltung zum digitalen und analogen Gesellschaftsdialog.
Entwicklungsbedarf bei den individuellen Kommunikationskompetenzen bildet aber nur eine Seite des Problems ab. In der Glaubwürdigkeitsfalle sitzen die Wirtschaftsakteure auch, weil es einen allgemeinen Vertrauensrückgang gibt gegenüber der gegenwärtigen Wirtschaftsordnung. So hat in Deutschland die Zustimmung zur Sozialen Marktwirtschaft laut Edelmann Trust Barometer von 1994 bis 2011 von über 70% auf deutlich unter 60% abgenommen (Edelmann GmbH, 2012).

Das rückläufige Vertrauen in die gegenwärtige Wirtschaftsordnung korrespondiert mit einem Vertrauenseinbruch bei den Wirtschaftsprotagonist_innen. Laut dem aktuellen Edelman Trust Barometer sank das Vertrauen der Deutschen in die Unternehmen von 52% (2010) auf nur noch 34% (2011) und liegt damit auf dem Niveau nach der Lehman-Pleite im Jahr 2008. Ebenso ist auf der individuellen Ebene die Glaubwürdigkeit von Wirtschaftsführer_innen in Europa erodiert: Nur weniger als ein Fünftel der Deutschen hält Wirtschaftsführer_innen für glaubwürdig. Finanz- und Industrieanalyst_innen stürzten innerhalb eines Jahres um 36 Prozentpunkte auf 20% ab, Banker, Bankangestellte liegen bei 4% und belegen die untersten Ränge.

Im Dialog mit Bürger_innen und der organisierten Zivilgesellschaft fragen mehr und mehr Entscheidungsträger_innen der Wirtschaft die unterschiedlichen Dialogformate von Managerfragen.org nach, weil sie mit ihrer Hilfe einen neutralen Ort betreten, wo sie die komplexen Bedingungen, Restriktionen und Zielsetzungen ihrer Entscheidungen offenlegen können, ohne dafür abgestraft zu werden. Das ist eine Einladung an die Bürger_innen zum Perspektivwechsel, wodurch sie erfahren und nachvollziehen können, warum selbst „gute" Manager_innen manchmal ethisch fragwürdiges Verhalten zeigen. [6]

> Herr Weidmann, glauben Sie, dass eine Europäische Rating Agentur auf Augenhöhe von Fitch/Moody's/Standard&Poor's zu mehr Wettbewerb im Ratingmarkt führen würde? Halten Sie das für sinnvoll?
>
> Caroline Krohn, Bürgerin

[6] Prof. Guido Palazzo, From Yale to Jail - Warum gute Manager unethisch handeln. Vortrag auf der Führungskräftetagung der Akademie des Senats der Wirtschaft e.V. am 27. Juni 2013 in Meschede.

Aktuell experimentiert das Team von Managerfragen.org mit Dialogformaten, die diesen Perspektivwechsel gegenseitig ermöglichen sollen (Manager_innen fragen, Bürger_innen antworten). Und im nächsten Entwicklungsschritt möchten wir Formate ausprobieren, die zu gemeinsamen Lösungen („collaborative solutions“) für das „common good“ führen. Dabei spielt Managerfragen.org e.V. eine ähnliche Rolle, wie die “Justice“ von John Rawls in seiner Theorie der Gerechtigkeit: „(…) John Rawls, make the distinction between the Good, that is actively creating a better world however that may be defined, and the Just, which creates a fair, liberal social infrastructure that allows the pursuit of virtue, but does not prescribe what the common good actually is.” [7]

[7] http://en.wikipedia.org/wiki/Common_good; abgefragt am 6.10.2013

PERSÖNLICHE DIALOGFORMATE

Das Team Dialogformate und die MF'O Redaktionsmitarbeiter_innen ergänzen den Online-Dialog aktuell durch kleine persönliche Dialogreihen (MF'O Debatte und MF'O Forum), die konkrete Fragestellungen von betroffenen Interessensgruppen aufgreifen und in persönlichen Gesprächsrunden zu gemeinsamen Lösungen geführt werden. So erhalten die Wirtschaftslenkenden Gelegenheit, ihre Haltungen und Entscheidungen persönlich zu begründen.

Im Format MF'O-Debatte erleben die Diskutierenden des Gesellschaftsdialogs durch die unmittelbare persönliche Begegnung, dass auf beiden Seiten engagierte Menschen agieren, die Antworten suchen auf die Fragen der modernen Risikogesellschaft. Managerfragen.org bedeutet beides: Bürger_innen fragen Manager_innen, Manager_innen fragen Bürger_innen. Der Verein möchte den Boden bereiten, auf dem die Dialogpartner_innen einen Grundkonsens finden, um anschließend durchaus kontrovers um zieldienliche Antworten zu ringen.

Zugleich sind persönliche Dialoge für gewöhnlich nicht oder nur halböffentlich und damit eher „kontrollierbar“ im Vergleich zum Online-Dialog. Dieser unmittelbare und lebendige Austausch auf Tagungen oder Workshops erweist sich zunehmend als zweite zentrale Säule neben der Onlinedialogplattform. Zum einen befriedigt er ein zentrales Bedürfnis von Menschen sich zu begegnen, um in vertrauensbildendem Setting von- und miteinander zu lernen. Zum anderen fördern sie deutlich die Akzeptanz und die Rechweite der OnlinePlattform in der Community. Persönliche Treffen sind somit eine wichtige und gleichwertige Ergänzung zum Online-Dialog.

THEMATISCHE DIALOGFORMATE

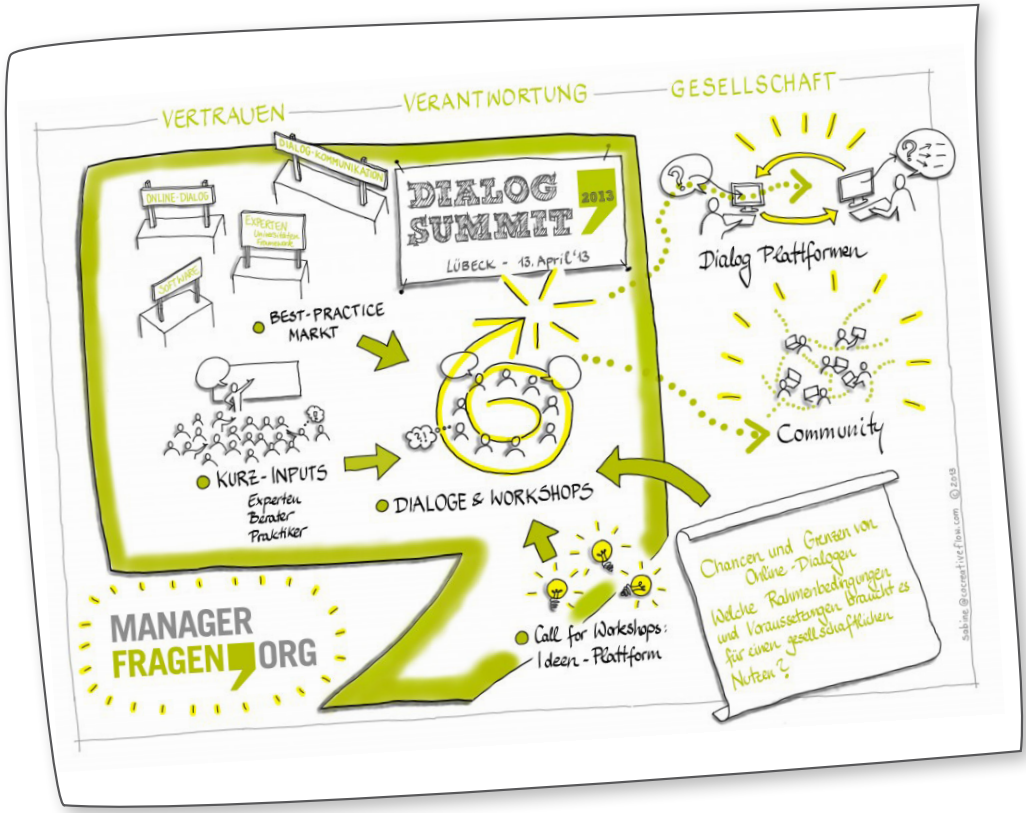
Im Piloten wurde neben den Frage-Antwort-Dialogen auch ein erster Themenpavillon „Innovation & Collaboration“ gemeinsam mit der T-Systems International GmbH und der newthinking communications GmbH realisiert. Die Themen-Pavillons dienen dazu, relevante gesellschaftliche Themen herauszustellen und in den Gesellschaftsdialog zu überführen, wie die Energiewende, Zukunft der Arbeit, demografischer Wandel. Ziel ist es, Fragen, Ideen und mögliche Denkansätze, Antworten zur Lösung der gesellschaftlichen Herausforderungen zusammen zu bringen und verständlich und nachvollziehbar zu machen. Nach Möglichkeit sogar Partizipation und Mitgestaltung zu ermöglichen. Nach einer erfolgsversprechenden Testphase und begleitender Modularisierung des Themenpavillons in Form von verschiedenen Ausbaustufen, ist ein Rollout auf alle Kernthemen vorgesehen, jeweils zusammen in Patenschaften mit Think Tanks, NGOs, sowie Unternehmen aus den betroffenen Branchen, um so die relevanten Gruppen zusammen zu bringen. Aktuelles Beispiel ist der mit der Humboldt Viadrina School of Governance realisierte Themen-Pavillon zum Thema Energiewende.

v.l.n.r.: Mira Falckenberg, Petra Gacheru, Leiterin Personal

VISION UND MISSION
PROBLEM UND LÖSUNGSANSATZ
WIRKUNG
ORGANISATION
TEAM
PARTNER UND FÖRDERMITGLIEDER

DIALOG SUMMIT FÜR DEN METADISKURS

Auf dem ersten Dialogforum des Teams von Managerfragen.org diskutieren mehr als hundert Teilnehmerinnen und Teilnehmer im April 2013 über die Möglichkeiten des Web 2.0 für einen gleichberechtigten Dialog zwischen Bürger_innen und Manager_innen. Unter dem Motto „Vertrauen, Verantwortung, Gesellschaft“ lud der gemeinnützige Verein Managerfragen.org e.V. zahlreiche Expert_innen, Manager_innen und interessierte Zuhörer_innen ein, um Lösungsansätze gegen das sinkende Vertrauen der Bürger_innen in die Soziale Marktwirtschaft und ihre Führungskräfte zu diskutieren.
Hinter der Veranstaltung steht die Überlegung eine Open-Innovation-Plattform für den Erfahrungsaustausch zur Verfügung zu stellen. Im Sinne einer Community of Practice berieten sich die Teilnehmenden darüber, welche Rahmenbedingungen und Voraussetzungen gegeben sein müssen, damit Online-Dialoge zum Nutzen aller Beteiligten gelingen und zur Förderung von Verantwortung und Vertrauen einen starken gesellschaftlichen Zusammenhalt beitragen können. Die Teilnehmenden hatten bereits im Vorfeld der Veranstaltung die Möglichkeit über einen „call for workshops“ eigene thematische Sessions anzubieten und sich mit anderen Teilnehmenden zu vernetzen. Einweiteres wichtiges Element der Veranstaltung bildete der „Best-Practice-Markt“. Akteur_innen und Expert_innen waren dazu eingeladen ihre Initiativen, Studien oder auch Angebote und Dienstleistungen auf diesem Markt vorzustellen. Der hier generierte Austausch lieferte fortlaufend Impulse unter den Teilnehmenden und befruchtete wechselseitig neue Sichtweisen. Die Konferenz bildete den Auftakt für eine Reihe von regionalen, persönlichen Dialogformaten wie die MF‘O-Debatte.



VISION UND MISSION
PROBLEM UND LÖSUNGSANSATZ
WIRKUNG
ORGANISATION
TEAM
PARTNER UND FÖRDERMITGLIEDER

ORGANISATION

STRUKTUR

Die Abbildung zeigt die jeweiligen Teilbereiche sowie personellen Verantwortlichkeiten innerhalb der Organisation. Dabei handelt es sich um eine bei Sozialunternehmen bewährte Form mit klarem Zuschnitt von Funktionen, Aufgaben und Verantwortlichkeiten.

Das Projekt wird dabei in der Aufbau- und Wachstumsphase über den gemeinnützigen Verein Managerfragen.org e.V. koordiniert.

Das Nutzungsrecht liegt dauerhaft beim Verein. Aufgabe der GmbH (i.Gr.) ist die Einnahmenerzielung für den Verein, die wirtschaftliche Beteiligung von Mitglieder_innen des Gründer- und Managementteams sowie zusätzliche eigenwirtschaftliche Zwecke im Rahmen ihrer Satzung zu erfüllen. Als weitere Organisation tritt anfangs die Social Business Combinator UG hinzu, in der die ursprünglichen Nutzungsrechte entwickelt werden und die anfängliche Projektentwicklung bis hin zum Rollout koordiniert wird. Mit der geplanten Aufnahme weiterer sozialer Investor_innen übernimmt eine neu zugründende Managerfragen.org Solutions GmbH die operative Umsetzung des Projekts und erhält dafür Nutzungs- und Verwertungsrechte.

Die Besetzung der Funktionen erfolgt in Form von „Tandems“, wobei ein Part nach Möglichkeit mit einer Führungskraft aus der Wirtschaft besetzt wird. Dies ermöglicht die Kombination von Erfahrung und Seniorität und neuen Ideen und Techniken einerseits sowie strategischer Beratung und Coaching und operativen geschäftlichem Agieren andererseits. Entsprechend der gewählten und ausgestalteten Organisation wurde ein Geschäftsverteilungsplan erstellt mit Geschäftsaufträgen für alle definierten Funktionen.

Managerfragen.org ist als dynamische und agile Projektorganisation aufgebaut und strukturiert, bei der sich mit Koordinierung des Vorstands die Gruppe eingespielter Teamleiter_innen und Projektmanager_innen anlassbezogen in operativen Teams von bis zu sechs Teilnehmern zu vier- bis zwölfwöchigen Teams jeweils neu zusammenfinden. Aktuell arbeiten acht Teamleiter_innen und insgesamt 45 Projektmitarbeiter_innen in projektbezogenen Arbeitsteams zusammen. Nach der Pilotphase erfolgt eine Überführung in die Ziel-Organisationsstruktur, wobei der grundsätzliche Projektcharakter erhalten wird.

DER VEREIN MANAGERFRAGEN.ORG E.V.

Der Verein übernimmt im Sinne eines Think Tanks die Weiterentwicklung von Vision und Mission sowie die zentrale Koordination des Teams und der Planung zum Aufbau und Weiterentwicklung der Plattform Managerfragen.org. Weitere Aufgaben des Vereins sind die Weiterentwicklung des Verhaltenskodex sowie die politische Fürsprache und das

> Frau Hildebrandt, seit 2010 sind Sie DFB-Nachhaltigkeitsbeauftragte (...). Was bedeutet für Sie persönlich Nachhaltigkeit, und wie hängt dies mit Ihren Erfahrungen in der Krisenzeit zusammen?
>
> Julia Ebert, Bürgerin

Sammeln von Spenden sowie die Verbreitung der Inhalte und Ergebnisse aus dem Dialog zwischen Bürger_innen und Manager_innen für einen größtmöglichen gesellschaftlichen Impact. Dabei setzt sich der Verein zusammen aus dem Gründer- und Managementteam, der ehrenamtlichen Nutzerredaktion der Plattform, sowie diversen Manager_innen aber auch Bürger_innen. Ausschließlich natürliche Personen können Mitglieder_innen des Vereins werden, wenn sie Führungsverantwortung tragen. An Software, Interface oder Datenbanken hält der Verein selbst Eigentum.

DIE MANAGERFRAGEN.ORG SOLUTIONS GMBH (I.G.)

Mit Beginn der Roll-out-Phase und Aufnahme weiterer sozialer Investor_innen werden alle operativen Aufträge zur Weiterentwicklung des Portals als Aufträge an die Managerfragen.org solutions GmbH (i.G.) delegiert.
Für den Betrieb sowie die Wartung des Portals Managerfragen.org ist ab der Start-Up-Phase und der damit verbundenen Programmierung des Piloten ausschließlich die Managerfragen.org solutions GmbH zuständig. Sie ist außerdem verantwortlich für die Erzielung von Einnahmen für den Verein. Die Managerfragen.org solutions GmbH stellt - abzüglich der Aufwendungen für Wartung und Betrieb -, einen Anteil ihrer Einnahmen dem Verein Managerfragen.org e.V. zur Verfügung.

KULTUR

Managerfragen.org e.V. weist viele Merkmale einer „community of practice (cop)“ auf. Dies sind Gruppen, „die ein Interesse oder eine Leidenschaft für etwas teilen, was sie tun, und die gemeinsam lernen, das besser zu tun“ [8]. Diese Gruppen zeichnen sich durch eine Identität aus, die durch den Arbeitsgegenstand bestimmt wird. Ausgerichtet auf diesen Arbeitsgegenstand stehen die Mitglieder_innen der cop in einem lernenden Dialog, der seinerseits die Zielstellungen und die Arbeitsweise modifizieren kann.
Die Mitglieder_innen der cops greifen auf ein Standardrepertoire von Ressourcen und Instrumenten zurück, mit denen sie arbeiten (Tools, Erfahrungen, Techniken, Infrastrukturen z.B. Facebook-Cafeteria). Identität, Austausch, Ressourcen sind die drei zentralen Aspekte „einer handlungsfähigen Gruppe, die Erfahrungen, Engagement, Kompetenz und Interesse in sozialer Praxis zusammenschließt. (…) Diese Gruppen sind Wir-Gruppen, in denen spezifische Selbstbilder etabliert werden, die wiederum Handlungsbereitschaft, Mut, Selbstvertrauen, Phantasie freisetzen – weil sie eben Identität sichern und Spaß bereiten, beides Voraussetzungen für Engagement. (…) Communities of Practice erzeugen bei ihren Mitglieder_innen das zutiefst positive Gefühl der Selbstwirksamkeit, ein Gefühl, das sich immer dann einstellt, wenn man etwas bewegt hat“ [9].

Dirk Sander, Leiter Organisationsentwicklung

[8] Wenger, Etienne (2006): Communities of practice; zit. nach Weltzer 2013: 186

[9] ebd.: 187f.

Sieben Schlüsselfaktoren [10] beschreiben die MF'O:

1. Kultur/Werte: Ehrenamtliches Managementteam gründet auf Wertekonsens und organisiert sich selbst mittels daraus abgeleiteter Verhaltensregeln, nicht durch hierarchische Steuerungs-/Regelungslogiken. Kultur und weniger das Leitungsteam gibt Orientierung auf unsicherem Terrain.

2. Recruiting/OE: Zuerst zur Organisation passende Menschen finden (1. Motivation, 2. Fähigkeit zur Selbstorganisation, 3. fachliche Skills) und dann die Organisation und Jobs an diese Menschen anpassen. Immer wieder.

3. Aufgaben: Klare Mission und Vision (Vorstand) - daraus abgeleitete Halbjahresplanung - diese in konkrete, motivierende und erreichbare Arbeitspakete für den einzelnen runterbrechen. Organisationsplanung und Wissensmanagement durch online gestütztes Projektmanagement-Tool.

4. Kommunikation: Wöchentlicher und bedarfsgerechter Informationsaustausch, überwiegend fachlich. Zusätzlich Kanal für emotionalen und privaten Austausch, z.B. via Teamcafeteria in Facebook. Media. Kommunikation ist Beziehungsmanagement, daher immer persönlich. Quartalsweise persönliche Teamttreffen, kontinuierliches Feedback, wie jeder zum großen Ganzen beiträgt.

5. Flexibilität: Ständige Bereitschaft zur Veränderung, sowohl als Organisation als auch als Individuum. Aufgabenwechsel ermöglichen/anbieten. Teams und freie Ressourcen auf aktuelle Brisanzthemen ausrichten. Und immer Mensch vor Effizienz, Tempo und Qualität.

6. Soft Skills: Vor allem Wertschätzung, Respekt, Diversity, Offenheit, Mut zur Lücke und Geduld.

7. Management: Grundbedürfnisse vor Effizienz - Freiheit, Selbstverwirklichung und Verantwortung sind die Nordsterne. Die Teamleiter_in ist dienend, Moderator_in und Koordinator_in. Verantwortlich für wirksamen Einsatz und Schutz eigener Ressourcen und derer im Team. Gegenseitig Raum für Pausen/Auszeiten einräumen, gemeinsam reflektieren. Schwarmintelligenz frei (ein-) fließen lassen.

[10] Ergebnis einer Teambefragung, durchgeführt von Ralf Kopp, Universität Dortmund

TEAM

GRÜNDER

- Vincent Paul Menken
- Clemens Brandstetter
- Henrik Matthies

MANAGEMENT-TEAM

- Florian Junge – Teamleiter Dialogformate
- Carola Grimminger – Teamleiterin Kommunikation & Portalentwicklung
- Fabian Schmidt-Große – Teamleiter Redaktion
- Alexander Kraemer – Teamleiter Bürgermobilisierung
- Oliver Buss – Teamleiter Produkte & Services
- Christian Vorländer – Teamleiter Finanzen
- Dirk Sander – Teamleiter Organisationsentwicklung

MITGRÜNDER- UND EHRENAMTSTEAM

- Christoph Boeckhaus, Isabell Bovenkamp, Wolfram Buß, Till Büttner, John Cragg, Niels Denefleh Jakob Dohse, Julia Ebert, Tobias Ernst, Mira Savani Falkenberg, Frauke Fischer, Alexander Fromm, Michael Garkisch, Thomas Goiser, Stephan Grabmeier, Carola Grimminger, Ramin Fleckner, Petra Gacheru, Stephan Hans, Robin Heintze, Hanna Hemken To Krax, Nicola Hengst-Gohlke, Christian Kolb, Arne Klempert, Caro Kraemer, Caroline Krohn, John Lammers, Sandrin Lange, Daniel Naumann, Simon Oligschläger, Daria Reinbold, Niklas Richter, Sebastian Schumacher, Sabine Soeder, Jürgen Sorg, Peter Schreck, Enri Chantal Strobel, Jürgen Theisen, Sophia Seiderer, Arne Seigner, Marvin Schulze-Quester, Manouchehr Shamsrizi, Thomas Sindemann, Günter Stöcker, Angelika Schmid, Walter Zornek, u.v.a.m.

VISION UND MISSION
PROBLEM UND LÖSUNGSANSATZ
WIRKUNG
ORGANISATION
TEAM
PARTNER UND FÖRDERMITGLIEDER

TEAM-AUSZUG

PARTNER UND FÖRDERMITGLIEDER

PARTNER

„Wir danken den engagierten Partnern für ihre Unterstützung in der Gründungs- und Aufbauphase mit ihrem Know-how sowie immateriellen und materiellen Förderbeiträgen."

anotheria.net
IT-Partner für Online-Plattform

Luther
Legal-Partner Beratung und Begleitung in allen juristischen Fragen

ThinkTank 30
Wissenschafts-Partner & Mobilisierungs-Partner, Bürger_innenmobilisierung, Ideen & Impulsgeber in Gesellschaftsfragen

infront
Management-Partner, Beratung & Unterstützung für Geschäftsentwicklung & Investor Relations

ULA
Mobilisierungs-Partner Manager_innen & Unternehmen, Führungskräfteverband

"Ob sie wollen oder nicht, das Internet verändert auch die persönliche Stakeholder-Kommunikation von Managern – bislang fehlten allerdings die geeigneten Räume für dialogische Kommunikation mit dem Bürger."

Prof. Dr. Dieter H. Vogel, Vorsitzender des Aufsichtsrats, Klöckner & Co. SE

„(...) Vertrauen kann erst wieder hergestellt werden, wenn Transparenz Einzug hält. Das gilt auch und gerade für die Wirtschaft. Deswegen unterstütze ich die Plattform Managerfragen.org."

Prof. Dr. Dr. h.c. Gesine Schwan, HUMBOLDT Viadrina School of Governance

„Inhaltlich relevante Dialoge zwischen Bürgern und Unternehmen kommen (...) eher zufällig zustande. MF´O hat das Potenzial, diese Lücke zu schließen - mit einer offenen, neutral moderierten Dialogplattform."

Arne Klempert, Mitbegründer von Wikimedia Deutschland und Berater für Digitale Kommunikation

„Vertrauen (...) kann nur durch direkten Dialog und vor allem gelebte Vorbildfunktion entstehen. (...) Die guten Beispiele gilt es zu forcieren und die schlechten als solche kenntlich zu machen."

Dr. Ellen Walther-Klaus, Geschäftsführerin, MINT Zukunft schaffen

FÜRSPRECHER & UNTERSTÜTZER

Wir danken allen Fürsprecher_innen und Fördermitglieder_innen für ihr Engagement und ihren Einsatz! Sie stehen uns mit Rat und Tat zur Seite und helfen, unser Vorhaben zu realisieren. Zu ihnen zählen u.a.:

- Winfried Felser, Vorsitzender des Vorstands, Netskill AG
- Dr. Peter Grassmann, ehem. Vorstandsvorsitzender, Carl Zeiss AG
- Thorsten Greiten, Geschäftsführer, NetFederation GmbH
- Arne Klempert, Mitbegründer Wikimedia Deutschland und SVP Fleishmann Hillard
- Stefanie Kreusel, Mitglied des Aufsichtsrats, T-Systems International AG
- Dr. Johannes Meier, CEO, European Climate Foundation, Mitglied des Aufsichtsrats, xing AG
- Hubertus Meyer-Burckhardt, Autor, Gastgeber NDR Talkshow
- Reza Moussavian, Vice President, Deutsche Telekom AG
- Ludger Ramme, GF Führungskräfteverband ULA
- Jens Schadendorf, Schadendorf. Books, Communications & Change
- Prof. Dr. Dr. h.c. Gesine Schwan, Präsidentin Humboldt-Viadrina School of Governance
- Peter Siefert, Leiter Controlling, DB Stations & Service AG
- Dr. Werner Sonnabend, ehemals Executive Vice President Human Resources, Bertelsmann AG, Arvato AG
- Thomas Spreitzer, CMO T-Systems International GmbH
- Gerhard Stein, Stv. Vorsitzender des Vorstands, Deutsche BKK
- Stefan Wegner, GF Scholz & Friends
- Felix Wenger, Managing Director, UBS AG

„UND SO SEHEN WIR BETROFFEN DEN VORHANG ZU UND ALLE FRAGEN OFFEN“

In memento mori: Marcel Reich Ranicki mit einem abgewandelten Brecht-Zitat aus dem Guten Menschen von Sezuan

IMPRESSUM

Redaktionelle Leitung: Dirk Sander
Grafische Umsetzung: Dipl. Des. Isabell Bovenkamp
Inhaltliche Verantwortung:
Vincent P. Menken, Clemens Brandstetter
Managerfragen.org e.V.
Wellingsbüttler Weg 14
22391 Hamburg
Mail: vorstand@managerfragen.org

Eingetragen beim Amtsgericht Hamburg
VR 21322

Vertretungsberechtigte Vorstandsmitglieder:
Vincent P. Menken, Tel.: 49 -151-4244-3592
Clemens Brandstetter, Tel.: 49-175-2722-164

Spenden:
http://www.betterplace.org/de/projects/8371-fur-direkten-onlinedia-log-zw-burgern-managern

www.managerfragen.org
www.facebook.com/managerfragen
www.twitter.com/managerfragen

REDAKTION – DIRK SANDER (MBA, MA)

Dirk Sander ist Systemischer Organisationsberater und Coach sowie Geschäftsführer von Green Room[4], einer Agentur für Kommunikationsarchitekturen.

Das Gründungsmitglied von Managerfragen.org e.V. hat Green Room[4] geschaffen, um Begegnungen und Austausch zwischen Wirtschaft und Gesellschaft zu ermöglichen – in individueller Atmosphäre und mit hoher kommunikativer Qualität. Das Ziel: Green Room[4] will Menschen mit verantwortlichen Aufgaben zusammenbringen und dadurch handlungsfähiger machen. Denn gute Lösungen entstehen immer gemeinsam. Green Room[4] eröffnet Raum für innovative Lösungen, die Zustimmung, Identifikation und hohe Akzeptanz finden.
www.greenroomhochvier.de

KREATION – ISABELL BOVENKAMP (DIPL. DES.)

Isabell Bovenkamp ist Inhaberin von Ibo Design – Concepts & Creations, einer in Essen ansässigen innovativen Agentur für Produktentwicklung und Marketing.

In den Agenturräumen finden freiberufliche Designer und andere Kreative attraktive Arbeitsplätze, wodurch sich erfolgreiche CoWorking-Synergien ergeben. Auch Dank dieses flexiblen Modells betreut Ibo Design sowohl kleine und mittelständische Unternehmen wie auch internationale Konzerne. Die Kund_innen werden entlang der Wertschöpfungskette begleitet, von der ersten Idee und Analyse über Kreation und Illustration bis hin zur Produktion und Präsentation.
www.ibo-design.de

„Im Journalismus erleben wir gerade den größten Umbruch seit Jahrzehnten. (...) Es kann gelingen, mit Managerfragen.org eine neue Basis zu schaffen - für authentische und wirtschaftlich unabhängige Berichterstattung über unsere soziale Marktwirtschaft und ihre Player.“

Hubertus Meyer-Burckhardt, Autor und Gastgeber der NDR Talkshow

MANAGER FRAGEN.ORG